

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE OPPO*
DIKECAMATAN BULELENG**

Oleh

Ni Putu Sanggar Dewi Cahyani,

NIM 1917041003

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (2) promosi terhadap keputusan pembelian (3) kualitas produk terhadap keputusan (4) harga terhadap keputusan pembelian. Subjek dari penelitian ini adalah pengguna yang pernah memakai *smartphone Oppo* di Kecamatan Buleleng dan objek penelitian ini adalah promosi, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden dengan *purposive sampling*. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (3) harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (4) promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: harga, keputusan pembelian, kualitas produk, promosi

***THE INFLUENCE OF PROMOTION, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON OPPO
SMARTPHONE PURCHASE DECISIONS
IN BULELENG DISTRICT***

By

Ni Putu Sanggar Dewi Cahyani,

NIM 1917041003

Management major

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of (1) promotion, product quality and price on purchasing decisions (2) promotion on purchasing decisions (3) product quality on purchasing decisions (4) price on purchasing decisions. The subjects of this study were users who had used Oppo smartphones in Buleleng District and the objects of this study were promotions, product quality, prices and purchasing decisions. The number of samples used is 100 respondents with purposive sampling. The research design used is quantitative research. The data collection technique in this study is using a questionnaire. This study uses multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) promotion has a partial positive and significant effect on purchasing decisions (2) product quality has a partial positive and significant effect on purchasing decisions (3) price has a partially positive and significant effect on purchasing decisions (4) promotion, Product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: price, purchase decision, product quality, promotion